



# 出版研学规模化发展遇中期挑战

关键词 研学 规模化发展 出版发行

中国出版传媒商报记者 刘言

从总体趋势来看,出版业研学与研学行业大盘发展同频,进入高速发展期,并初露规模化发展端倪。艾媒咨询数据显示,2022年以来,国内研学行业市场规模持续扩大。2023年研学市场规模首次突破千亿,达1469亿元;2024年有望达1791亿元,同比增长21.9%,预计2028年将突破3000亿元。在此形势下,出版业研学近两三年的高速规模化发展主要呈现以下特征:一是参与力量持续扩容,战略布局加速。自2016年教育部等11部门发布《关于推进中小学生研学旅行的意见》以来,全国出版发行集团陆续进入该板块,截至目前90%以上的集团在研学领域实现战略布局和实质性业务推进,部分集团通过加大统筹力度、加强培育扶持、集中精力做好做强来实现研学业务的集团化规模化发展;同时,越来越多的单体社以特色出版资源和品牌出版项目为切入点纷纷涉足研学业务,其中不乏重资产投建研学综合体的出版社。二是业务实现规模化拓展,市场推广攻坚提速。一方面,部分出版机构在研学产品

近年来,研学作为出版产业链延伸的重要方向,成为行业提质增效的新型发展抓手。在大体量、高潜力、强竞争的研学行业大盘中,出版业研学以深厚的内容资源优势、渠道网络优势、文化创新优势和教育服务优势,逐步成为具有出版行业特性、面向高质量发展的领先探索力量。同时,作为研学生态大军中的特色分支,出版业研学也正面临着阶段性跃升的中期挑战。面对内卷力度更强的新一轮竞争,如何做好形势研判、明晰目标、有力落地,是每个参与机构的必答题。近日,本报对国内出版集团(单体社)的研学业务作了一次深入调研,围绕参与力量、战略布局、实施举措、产品开发、人才培养、资源拓展、发展能效等方面展开分析,以期摸清出版业研学业务“底盘”,为更多参与者提供参考。

领域以课程内容成体系、产品数量成规模为基础,持续向配套资源包开发、IP文创运营、党建及教师培训等关联业务拓展;另一方面,自2022年以来,在行业整体加速发展、竞争压力加大的大背景下,相关出版研学机构在全面布局研学产品线的同时加大市场攻坚力度,企业营收同比增长超200%。三是企业营收规模效应渐显,加快激发发展潜能。目前,出版业研学领域逐步成长出头部企业,数家企业的营收破亿。相关出版研学企业最高营收已达9亿元。不过,

目前出版研学业务市场格局仍处于不稳定状态,头部、腰部企业及新晋力量角逐激烈,各企业仍需加快激发自身潜能,在稳健发展中尽快占领先机。

从发展热点来看,在出版业整体市场形势面临较强挑战的情况下,出版业研学这一生力军更需要瞄准潜力空间,在完成基础搭建之后,在成规模、成体系、成品牌、成效益方面实现中期跃升。结合行业实际,出版业研学有待在以下几个方面实现突破:一是在内容上强化产品力特别是品牌力。据企查查

数据,国内现存研学相关企业4.07万家,完整产业链已经形成。但同时,研学市场中研学产品质量良莠不齐,有研无学、缺乏真正的教育内容和实践仍是突出问题,这也是下一个优胜劣汰期的核心竞争所在。二是在模式上加大跨界合作与资源整合,打破单一产品和单一市场的局限性。一方面,出版机构在行业内进行跨地域“抱团”的同时,还需要加大跨界合作力度,和研学链条的各环节、各类型机构建立合作,在综合性服务供应方面强化把持力和竞争力。另一方面,扩大产品供应能力,以丰富的选择引流和留住客源。同时,针对学期内校外市场和学期外亲子市场、本地市场和外地市场、国内市场 and 国外市场,需要做好合理、有效开发。三是加大科技在研学中的应用,抢占数字化综合服务的先机。大数据、人工智能等新技术的发展,将极大拓展研学发展的深度和广度。无论是面向用户的产品和服务,还是面向行业的平台建设,都会成为未来竞争实力的一个指标参照。(内容详见本期第13、16版)

中国出版传媒商报讯 近日,国家统计局发布数据显示,2024年,全国规模以上文化及相关产业企业实现营业收入141510亿元,比上年增长6%。

数据显示,2024年,文化服务业实现营业收入76019亿元,比上年增长7.7%,增速快于全部规模以上文化企业1.7个百分点;占全部规模以上文化企业营业收入比重为53.7%,比上年提高0.8个百分点。文化制造业、文化批发和零售业实现营业收入比上年分别增长4.5%和3.5%。

文化九大行业营业收入实现全面增长。其中,文化装备生产、文化投资运营、新闻信息服务、内容创作生产、创意设计服务5个行业营业收入实现较快增长,比上年分别增长9.3%、9.1%、8.8%、6.9%和6.8%。文化辅助生产和中介服务、文化娱乐休闲服务、文化消费终端生产、文化传播渠道4个行业营业收入增速介于1.6%至5.5%。

新动能持续发力。2024年,文化新业态特征较为明显的16个行业小类实现营业收入59082亿元,比上年增长9.8%,快于全部规模以上文化企业3.8个百分点。文化新业态行业对全部规模以上文化企业营业收入增长的贡献率为65.7%,为文化产业高质量发展提供有力支撑。

利润总额较快增长。2024年,规模以上文化企业实现利润总额12909亿元,比上年增长10.80%;营业收入利润率为9.12%,比上年提高0.39个百分点。(伊尹)

2024年全国规模以上文化企业营收逾14万亿元

## 新春走基层

### 在首个非遗春节过个文化年

中国出版传媒商报讯 2025年春节是“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录后的首个春节。春节期间,商报记者开启探店模式,走进各地阅读空间,找寻春节中的传统年俗与年味,一起文化过大年。

为了让读者充分感受书店的新春气息,各家书店不仅结合自身调性,在店面布置上别出心裁,还推出精彩纷呈的文化活动和互动体验。广州购书中心在员宫1965·约阅北广场开设“巳巳如意·文化市集”,邀请非遗项目传承人与读者共同体验非遗文化;海南省新华书店在全省26家门店开展2025年新春系列文化惠民活动,春节期间,新春游园会、猜灯谜、投壶等欢声笑语过大年;上海新华悦读生活节——外滩源新年集市为市民和游客带来了文化与阅读的盛宴,现场还有国风民乐音乐会、评弹雅集、二胡独奏音乐会等精彩演出,展示中华优秀传统文化的魅力;北京市新华书店开启“巳蛇如意年书香迎新篇”春节主题系列活动,如新华书店朝阳路店开设“猜灯谜制花灯”手工体验活动;山东书城邀请读者一同品味、知年俗、享年趣,共度别样文化新年。(张馨宇)



## 海外传真

中国出版传媒商报讯 据尼尔森图书数据(Nielsen BookData)和英国《书商》杂志(The Bookseller)消息,2024年,英国图书市场同比略有缩减,销量和码洋分别下降了1.7%(1.953亿册)和0.6%(18.2亿英镑,约合165.4亿元人民币)。不过由于图书平均售价上涨,英国人用于购买虚构类图书的支出增加了10%。

与2022年和2023年一致的是,成人小说表现出色,销量增长了6%,浪漫与传奇小说、历史与神话小说、科幻与奇幻小说尤其受市场追捧,交织了奇幻、浪漫、惊悚和冒险等元素和题材的图书引发了不少读者的好奇心。

非虚构类图书整体表现不佳,销量(-7%)和码洋(-6%)均同比下降,青少年和教育类图书销量也同比下降了7%。不过,拼图和手工艺品、艺术与手工艺品、诗歌、学前和早期学习、儿童漫画小说和图画小说等类型图书实现不同程度的增长。

出版商表现方面,在基于英国图书码洋的排行榜上(不包括数字出版、出口和版权收入),企鹅兰登位列榜首,阿歇特、哈珀·柯林斯、麦克米伦分列第二、三、四位。随着出版企业集团化策略进一步推进,四大巨头的市场份额占比达到近50%,排名前20位的出版商占据的市场份额超过70%。各大出版商在图书市场的竞争力格局变动,主要来自于人工智能技术带来的变革,以及在教育出版领域,学生获取内容的方式和渠道发生变化。(靳艺昕)

2024年英国图书市场:同比下降,虚构类图书受追捧

## 商报专递

### 逾3000种大陆图书在台北书展展出

中国出版传媒商报讯 2025台北国际书展2月4日开幕,为期6天,以“阅读异世界”为主题,吸引29个国家和地区的504家出版社参展。台湾华品文创出版公司设立的“简体馆”展出3300多种、近万册最新大陆优质图书,包括

文学、社科、动漫等多种类型。此次受邀参加展销的大陆出版社与出版企业约150家,包括江苏凤凰文艺出版社、中信出版社、浙江文艺出版社、湖南美术出版社等,以及北京博集天卷图书公司等民营出版企业。(聂慧超)

### 2025年春节假期国内出游总花费同比增长7.0%

中国出版传媒商报讯 2025年春节是“春节——中国人庆祝传统新年的社会实践”列入联合国教科文组织人类非物质文化遗产代表作名录后的首个春节。日前,经文化和旅游部数据中心测算,春节假期8天,全国国内出游5.01亿人次,同比增长5.9%;国内出游总花费6770.02亿元,同比增长7.0%。

各地深挖春节“非遗”文化内涵,策划举办庙会、醒狮、英歌舞、龙舞、板凳花灯笼等年俗活动,吸引大批市民和游客。春节期间文艺演出丰富多彩,戏曲、曲艺等传统节日备受青睐。博物馆过大年成为热门选择,故宫博物院、陕西历史博物馆、三星堆博物馆等客流保持高位,打卡特色展览成为民众过年的新风尚。(白藏)

### 广电总局:落实微短剧“分类分层审核”制度

中国出版传媒商报讯 2月5日,国家广播电视总局发布《关于进一步统筹发展和安全促进网络微短剧行业健康繁荣发展的通知》,要求落实“分类分层审核”制度。根据微短剧行业发展实际,按照国产网络剧片分级监管、重点监管原则,对微短剧按三类分三个层级进行审核管理,以差异化、精准化管理优化审核流程、提高审核效率。

通知指出,网络视听平台、小程序、投流方等播出或引流、推送的所有微短剧,均须持有《网络剧片发行许可证》或完成相应上线报备登记程序。节目上线前须在片头按相应格式要求标注《网络剧片发行许可证》号或节目登记备案号。网络视听平台不得上线传播未标注许可证或备案号的微短剧,也不得为其引流、推送。(白藏)

### 2025年度国家出版基金项目评审工作完成

中国出版传媒商报讯 1月14日至22日,2025年度国家出版基金项目评审工作会议在京举行。来自全国各高等院校、科研院所、出版单位的200多名专家学者,对2025年度申报项目进行了认真评议。

此次评审工作坚持以习近平文化思想为引领,贯彻落实全国宣传部长会议

精神,以催生精品力作为中心环节,健全完善工作机制,改进申报评审程序,围绕深化党的创新理论出版传播,做好重大主题出版宣传,做精优秀传统文化出版,促进哲学社会科学出版繁荣,扶持科技科普优秀成果等重点任务,遴选了一批导向正确、价值突出、内容精良、社会效益显著的优秀项目。(白藏)

## 精彩导读

本期20版

2025 出版社营销在“难”中敏锐捕捉亮点实现破局	P3
2025 书店直播IP化新业态创造销售新契机	P5
海外华文书店春节联展看看哪些活动火爆?	P6
2024 全球书业笼罩在通胀、消费低迷阴影下	P7
图书品牌新年好书剧透专场(下)编辑开放麦:说说2025年的“心头书”	P9~10
乔叶:为什么要爱具体的人?	P17

编辑:张馨宇 排版:艾琳